

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pemanfaatan media promosi *facebook* yang diterapkan oleh Toko Online Busana Syarimu.Id sudah diterapkan dengan baik dan efektif. Terbukti dengan: a) Dimanfaatkannya *facebook* dalam kegiatan periklanan b) Dimanfaatkannya *facebook* dalam kegiatan publikasi c) Dimanfaatkannya *facebook* dalam kegiatan promosi penjualan d) Dimanfaatkannya *facebook* dalam kegiatan pemasaran langsung.
2. Peran pemanfaatan media promosi *facebook* pada Toko Online Busana Syarimu.Id untuk meningkatkan *brand awareness* yaitu: a) *Facebook* sebagai media agar konsumen mengenal produk b) *Facebook* sebagai media agar konsumen terbiasa dengan kehadiran dari produk yang ditawarkan.
3. Peran pemanfaatan media promosi *facebook* pada Toko Online Busana Syarimu.Id untuk meningkatkan penjualan yaitu: a) Membantu dalam memperluas jangkauan pemasaran. b) Membantu dalam menentukan target pasar yang tepat
4. Kendala yang dihadapi oleh Toko Online Busana Syarimu.Id dalam pemanfaatan media promosi *facebook* untuk meningkatkan *brand awareness* dan penjualan dapat dikategorikan menjadi dua yaitu a) Kenadala Internal yang meliputi kuarangnya kemampuan dan

pengetahuan untuk melakukan promosi menggunakan media *facebook*, terbatasnya ketersediaan produk yang tidak imbang dengan jumlah pesanan, kesulitan dalam membangun kepercayaan konsumen. b) Kendala Eksternal yang meliputi adanya banyak pesaing dan adanya pengambilan foto produk (plagiasi) dari pihak lain.

5. Solusi untuk mengatasi kendala yang dihadapi dalam kegiatan pemanfaatan media promosi *facebook* untuk meningkatkan *brand awareness* dan penjualan Toko Online Busana Syarimu.Id yaitu: a) Solusi Kendala Internal meliputi lebih dalam bagaimana cara melakukan promosi yang baik dengan mencari informasi melalui buku, youtube, mengikuti workshop dan seminar serta merekrut pegawai yang memiliki ketrampilan marketing dan editing desain promosi yang ahli, menerapkan sistem pre order kepada konsumen yang akan melakukan pemesanan dan lebih memperbanyak jumlah produk yang mereka sediakan, selalu menghadirkan testimoni, *review*, dan *update* kepada konsumen. b) Solusi Kendala Eksternal meliputi memberikan yang terbaik bagi konsumen seperti menghadirkan promo-promo produk menarik, memberikan pelayanan yang baik serta menghadirkan produk dengan kualitas terbaik dan *uptodate* agar konsumen tidak pernah merasa kecewa, selalu menyisipkan logo dan *tagline* dari toko pada setiap foto dan video produk yang diposting pada *facebook*.

B. Saran

Berdasarkan temuan di atas, bahwa dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Toko Online Busana Syarimu.Id

Melihat jenis strategi promosi yang sudah diterapkan oleh Toko Online Busana Syarimu.Id seharusnya pemilik usaha/produsen juga memiliki inisiatif untuk melakukan promosi secara langsung di sekitar Tulungagung, misalnya dengan membuka toko *offline* dan membangun hubungan dengan masyarakat yang lebih baik. Tidak hanya itu, promosi dengan cara informasi dari mulut ke mulut dengan orang di sekitar seharusnya juga lebih ditingkatkan mengingat jenis promosi ini sangat mudah dilakukan karena tidak mengeluarkan biaya sedikitpun.

2. Bagi Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi IAIN Tulungagung dan untuk menambah literasi keilmuan di bidang manajemen pemasaran.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai rujukan maupun kajian lanjutan yang berkaitan dengan permasalahan serta objek penelitian yang berbeda dengan menggunakan studi komparatif sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian yang sudah penulis teliti.